

日韓の商業調査を通じてみる 事業継承の規定要因⁽¹⁾

Determinant of Business Succession as for Commercial
Investigation of Japan-South Korea.

柳 到 亨
Ryu, Dohyeong

ABSTRACT

This Paper investigates the current perception that the “Successors problem” obstructs the development of an individual shop, the shopping street, and the retail industry. The possibility of the manager of a retail shop allowing his or her family members to succeed the store management is rarely seen in community-based and large area-based commerce accumulation. Therefore, regression analysis is required on factors - manager’s consciousness and store characteristic, etc- that are related to nurturing a successor.

Especially, the analysis frame of this paper concerning business succession is enhanced by diversifying the range of candidates compared to the analysis of the business succession model conducted by Ryu (2006).

1. 問題意識

商店街を取り巻く現状は非常に厳しい。中小企業庁「平成 18 年度商店街実態調査」によれば、「衰退している」、「停滞しているが衰退する恐れがある」

(1) 本稿は、日本学術振興会科学研究費補助金(基盤研究(B), 課題番号 21330104, 研究代表者: 加藤司大阪市立大学大学院経営学研究科教授) の支援を受けて行われた研究の一部である。

と答えた商店街はそれぞれ 32.7%, 37.6% となっており, 「まあまあである (横ばいである)」が 22.9%, 「繁栄している」および「停滞しているが上向きの兆しがある」の合計は 6.4% に過ぎない。

同調査書に発表した「商店街が抱える問題」を表 1 のようにまとめることができる。

表 1 商店街が抱える問題

	1 位	2 位	3 位
1995 年	大規模店舗に客足が取られている。	後継者難	大規模店出店ラッシュに押され気味
2000 年	魅力ある店舗が少ない	大規模店舗に客足が取られている。	商店街活動への事業者の参加意識が薄い
2003 年	後継者難	魅力ある店舗が少ない	商店街活動への事業者の参加意識が薄い
2006 年	魅力ある店舗が少ない	商店街活動への事業者の参加意識が薄い	後継者難

出所: 中小企業庁「平成 18 年度商店街実態調査」

表 1 からみる興味深いことは商店街の崩壊する問題点が外から内に変わってきていることである。これは、石井 (1996) が分析した理論枠組みを借りてみれば、明らかである。石井 (1996) は「街の小売商業」を崩壊している主な敵を大きく 3 つであると指摘した。1 つ目は「外の敵」で、これは全国に展開する量販店や大型店などの外部との競争の存在を指す, 2 つ目は「内の敵」で, 「街の空洞化」の問題を指す, 3 つ目は「内々の敵」で, 「後継者難」を指す。

石井 (1996) の現状を分析する枠組からみると, 1995 年には商店街が抱える問題として「外の敵」が主であったが, 時間が経つことにつれ「内の敵」が主になる。すなわち, その敵というものが商業資本の産業化による「大型店」や「量販店」の出店問題から「魅力ある店舗が少なさ」や「商店街の参加意識の薄さ」へ変わっている。ここで注目したのは, 「後継者難」である。「後継者難」とは商店の跡を継ぐ者がいなくて悩む商店経営者の現状認識であるが, この問

題は表1でみているとおり、1995年以降通時深刻な問題として商店経営者の間で取り上げられている。本稿は、「後継者難」が個々の商店、商店街、さらに小売業の発展を阻害する根源であると考えている。

この現状認識に沿って、事業継承に関する数々の研究を重ねてきた。特に、前稿（柳・横山 2009b）では地域密着型の商業集積に所属する商店経営者を対象に、事業継承と関連するいくつかの質問項目を検討した。そこで得た知見は、零細小売商業でみた限り、韓国と比べ日本のほうがはるかに商店経営の世襲性が高いということが分かった。横山・柳（2009）で広域型の商業集積に所属する商店経営者の対象に事業継承問題についても、日本、韓国、中国、台湾の比較分析を行った。その結果、日本の商業は、同じ儒教圏にある東アジア諸国に比べて、より高い割合で家族内からの労働再生産が行われていることが分かった。

しかし、前稿（柳・横山 2009b、横山・柳 2009）で指摘したとおりに、最近では商店経営を継がせようとする日本の商店経営者の意識が希薄になっている可能性が地域密着型および広域型商業集積において顕著にみられている。

上記の現象は、商店街における「後継者難」といわれている商業者の内部の問題と密接な関連性を持っているがゆえに、実践的にどのような現実のもとで、すなわち、どのような商人意識やいかなる商店特性等のもとで、後継者を育てたい意識が生まれるのかについて因果分析を必要としている。

前稿（柳・横山 2009b、横山・柳 2009）で取り上げた主な課題は、事業継承意志を高揚するのに、店の伝統、商店経営の経済的動向、商店規模、商業者の年齢、商業者を取り巻く環境や商業者の規範等がどのような働きをしているのかを明らかにすることであった。これらの変数を分析組みに取り込み重層的な分析、すなわち因果関係を明らかにすることが本稿の主な課題である。

とりわけ、柳（2006）で行われた「身内」を後継者の候補軍とした事業継承モデルの分析から、「身内」のみならず「長男」、「他人」という後継者の候補軍まで多様化することによって、事業継承に関する実証分析の枠組みを拡張す

る。すなわち、「身内」に限ってみられる事業継承を誘引する決定要因を峻別することに留まらず、「長男」、「他人」という後継者の候補軍に選ぶごとに事業継承を誘引する決定要因は何であるのかを識別することになる。

以上のような問題意識を受けて、本稿の構成は以下のようなものになる。第2節では、商業研究における事業継承に関する既存研究の5つの視点を紹介する。第3節では、事業継承モデルを構築し、検証すべき仮説が導出される。第4節「研究方法」では、検証のための手続きであるデータの収集の方法及び諸仮説の検証に用いられた諸変数の操作方法について述べる。第5節「仮説検証」では、提示した仮説を検証し、その結果をまとめる。第6節「ディスカッション」では、仮説検証の結果に基づいて理論的・実践的含意、そして本稿の分析枠組の限界（外的妥当性・内的妥当性）について整理する。

2. 既存研究のレビュー

本節では、事業継承に関する商業研究を考察するため、「事業継承」をどのように扱ってきたのかをいくつかの研究に焦点を当てて議論したい。以下に紹介する研究を手掛かりに、日本および韓国の小売業における「事業継承」に関する分析枠組を導出することになる。特に、「事業継承」について商業の理論的課題として接近した商業研究者から以下の5つの研究視点を挙げることができる。

第1に、家族理念意識や家族規範意識が日本小売業の再生産構造あるいは事業継承を生み出したという研究である。荒川（1962）および糸園（1975）の研究では中小小売商店の事業継承に関する議論を前近代的社会関係、家父長家族制度に結びつけようとしたのであった。これら研究は事業継承と前近代的社会関係との因果関係の究明という課題を持っていた。うえの研究の流れを受けて、石井（1996）は現代的意味で、小売業の事業継承問題を商人家族における家族規範や理念に基づいて議論した。彼は日本小売業の商人家族の家族理念が商人家族の事業継承を促したと指摘している。

第2に、商人の職業満足意識が商店を商人家族に継承させたい意識につながるという見解である。石井（1996）は「商人としての誇り」が顧客・コミュニティや家族への使命感として昇華し、代々引き継いだ商売を家族に継がせたいと意志を高揚させるという。

第3に、商人家族における「家商分離」の現象が論理的に「後継者問題」と引離されないという見解が石井（1996）によって示された。石井（1996）は「家商分離」の現象が商人家族と商店との関係を分離し、商店における商人家族という労働力資源の枯渇や、商店の再生産構造の崩壊を招くと指摘している。

第4に、小売商店で後継者を確保するためには、商店の売上高成長の速度が重要であると指摘した研究は田村（1981）である。田村（1981）が事業継承の規定要因として経済的要素を指摘した貢献が大きい。

第5に、後継者問題をもたらした原因として環境諸要因を指摘した研究は鈴木（2001）である。鈴木（2001）は環境諸要因の変化が商店経営を難しいものにし、「後継者難」を引き起こしているという見解を示した。

以上の5つの視点が商業研究における事業継承に関する主な議論である。

3. 事業継承の実証モデルと仮説導出

後継者問題は、商業研究者によって、生業型小売業の衰退あるいは流通構造の効率化と論理付けられた。以下の議論では前節に述べた5つの研究をベースに理論仮説を検討することになる。

3-1. 家族理念

石井（1996）は個々の商店経営および日本小売業全体の動態に影響を与えた要因として、商店経営者およびその家族従業者が持っている家業意識や家族財産を挙げている。石井（1996）において商店経営者あるいはその家族従業者が抱く家業意識は、日本の一般家族成員が持つ家族理念を、「家族財産」という概念と関連すると指摘している。「家族財産」というのは、「財産は、家族の特

定の誰かの財産ではなく、家族全員の所有物だ⁽²⁾』という意識である。この家族財産意識が日本家族の基本的な規範として位置付けられている。このような家族理念に覆われた商店主ならびに家族従業者は、家業意識を持つことになるという。しかし、我々が家族理念意識を考える際には、2次元であることに注意を払わなければならない。家族理念として考えるのは、日本家族を特徴づける基本的規範としての家族財産、家族財産に覆われた商人家族における家業意識、これらの2つである。以上の議論から、次のような仮説が導出される。

仮説1-1：商店経営者の家業意識が高くなるにつれ、事業継承意志が高くなる。

仮説1-2：商店経営者の家族財産意識が高くなるにつれ、事業継承意志が高くなる。

3-2. 職業満足意識

石井(1996)は「商人としての誇り」が顧客・コミュニティや家族への使命感として昇華し、代々引き継いだ商売を家族に継がせたいと意志を高揚させるという。特に、崔・柳(2006)および柳・崔(2007)の韓国商人を対象に行った定性調査では、職業満足意識と事業継承意識が相当密接な関係があることが確認された。ゆえに、この議論から職業満足意識についてつぎのような仮説が導出される。

仮説2：職業満足意識（商業に対する誇りや遣り甲斐）が高くなるにつれ、事業継承意志が高くなる。

(2) 石井(1996)は、家族財産という家族理念が事業継承を確実にすると述べている。

引用すると次のようである。「「家にある財産は、家族とは切り離しできない」という概念、つまり「家族財産」概念である。それは、「財産は、家族の特定の誰かの所有物ではなく、家族全員の所有物だ」という規範である。その背景には、家族を支配するものとして、伝統的家父長の権力ではなく、家族という理念がある。そしてそうした概念が、商人家族における夫婦間での無償（あるいは一定の給与を決めない形で）の雇用を可能にし、家族内世代間での事業あるいは財産の承継を確実なものとする」(278～279頁)。

3-3. 商店経営特性

事業継承意志は、商店における経営特性を規定する幾つかの要因により影響を受ける。ここで述べる商店経営特性は、第1に、家族要因（家商分離の現象）、第2に、商店の創業以来の営業年数、第3に、商店の年間売上高規模という3つの要素で把握できる。

家族要因

前節で考察したように、「小売業における後継者問題」は、「家商分離」という視点から見直される必要があるということが石井（1996）によって提唱された。「家商分離」とは、石井（1996）によれば、「家族が、すでに小売商の経営単位ではなくなってしまう⁽³⁾」あるいは「商売と家族とは別だ」という事態であると定義されている。この「家商分離」の現象は、「商売単位としての商人家族」が「消費単位としての商人家族」への変遷することを物語っている。「家商分離」の現象により商人家族と商売との関わりが切り離され、具体的例として、第1に、核家族化、第2に、商売と住まいとの分離、これらの結果として最後に、家族労働資源の枯渇を招く事態を挙げている⁽⁴⁾。順に事業継承意識に及ぼす影響の論理を述べていこう。

第1に、核家族化である。石井（1996）によれば、商店主世帯は、農林漁業世帯を除けば他の職業の世帯規模よりも規模が大きい世帯であったという⁽⁵⁾。この核家族化による商店主世帯規模の縮小は、商売・経営単位としての家族の意味が失われる可能性を内包している。このことから、次のような仮説が導かれる。

(3) 石井（1996）の29頁から引用。

(4) 石井（1996）の5～17頁を参考。

(5) 石井（1996）の41頁を参照せよ。石井（1996）で示されているデータから1960年代以降の商店主の世帯規模は縮小の一途を辿っていることがわかる。

仮説3-1: 子供と別々に住んでいる商店経営者より、子供と一緒に住んでいる商店経営者のほうが、事業継承意志の度合いがより高い。

第2に、商売と住まいとの分離（以下、職住分離）である。商売と住まいが一致すると、商人家族の生活は商売中心になり、子供も自然に生活のなかで商売になじんでいくが、これとは反対の論理で、商売と住まいが分離すると、商売よりは家族の生活や団欒を優先することになる。ゆえに、職住分離について次の仮説が導かれる。

仮説3-2: 商住環境が分離している商店経営者より、商住環境が一致している商店経営者のほうが、事業継承意志の度合いがより高い。

最後に、家族労働資源の枯渇である。⁽⁶⁾石井（1996）は、近代家族は伝統的家族とは異なり、夫婦の愛情を基礎として婚姻を結び、家族を形成するという⁽⁷⁾。当然のことながら、商人家族の商売への関与あるいは参加が少なくなることは、後を継ぐ者の確保を難しい仕事にさせる。家商分離の現象が小売業における商売と商人家族との関係を切り離し、具体的現象として核家族化、職住分離を導く。これらの結果として商店における家族従業者密度が下がり、商店経営者の事業継承意志を低下させることになるとと思われる。ゆえに、家族従業者数について次のような仮説が導出される。

仮説3-3: 商店に従事する家族従業者が多くなるにつれ、商店経営者の事業継承意志が高くなる。

（6）石井（1996）は、家商分離は家族労働資源の枯渇させる契機であるとして次のように述べている。「『家商分離』傾向は、決して街の商店経営が悪化し、店舗数が減少するという『街の商店』の急速な構造不況業種化と無縁ではありえないだろう。街の商人にとって頼るべき貴重な経営資源であった家族資源が、家商分離や家族規模縮小によって枯渇する傾向をみせてきたことが第1である」（30頁）。

（7）山田（1994）においても、近代家族は愛情であると指摘している。山田（1994）の研究課題は、「家族」と「愛情」の関係性に対する特に夫婦間の愛情やセクシュアリティに関する社会学的考察であった。

創業以来の営業年数

石井（1996）は、商店の歴史は家業意識を高揚あるいは家族への使命感を高揚させるという仮説を出している（250頁）。彼は、1991年時点における「商業統計表」調査のデータで、創業年数が30年を越える商店が全体の個人商店の約3割近くを占めている事実から、商店の歴史は事業継承を促す要因の1つではないかという見解を示している。この指摘から、創業以来30年以上の営業年数を保つ個人商店は、2代目あるいは3代目が商店を継いでいることが予想される。ゆえに、創業以来の営業年数について次のような仮説が導出される。

仮説3－4：創業以来の営業年数が長くなるにつれ、商店経営者の事業継承意志が高くなる。

経済的要因（規模）

経済的側面での事業継承意志に影響を及ぼす要因として、経営成果以外にも商店規模があると考えられる。先行研究における商店規模を表わす指標は、販売額、従業員数、売場面積である⁽⁸⁾。経済的側面での商店規模が事業継承意志に及ぼす影響を調べる際に、うえの3つの商店規模を表わす変数のなかから、年間売上高で測ることにする。商店規模は、商人の経済的報酬を確保する資源である可能性⁽⁹⁾がある。したがって、他の変数が一定であると、年間売上高という商店規模が大きい商店のほうが、商店規模が低い商店より商店経営者の事業継承意志の度合いは高くなると思われる。

仮説3－5：商店の年間売上高の規模が大きい商店経営者ほうが、規模の小さい商店経営者より事業継承意志の度合いがより高い。

（8）田村（1973）、石井（1981）を参照すること。

3-4. 商店経営成果

田村（1981）によれば、後継者の確保は売上高成長速度を維持することと深く関係するという。すなわち、後継者の確保は、売上高成長速度の維持に依存することであり、「売上高成長速度」は年間売上高 / 企業年齢である。⁽¹⁰⁾ この売上高成長速度という概念に注意してみよう。彼の見解から、後継者の確保が年間売上高に比例し、企業年齢に反比例するということが解釈できる。これと反対に、企業年齢が若くても、売上高が高いと、後継者確保には好条件になる。商店の歴史が後継者確保には反比例するということは、後ほど検討する仮説とは異なるものの、売上高成長速度が事業継承意志の考慮すべき要因であることに注目させる見解である。ここで注意を払わなければならないのは、経営成果の変動を測る指標としての売上高の変動は、厳密な定義では年間売上高 / 企業年齢であるが、商店経営者が認識する年間売上高の変動とする⁽¹¹⁾。以上の議論から、経営成果について次のような仮説が導出される。

仮説4：経営成果が好調になるにつれ、商店経営者の事業継承意志が高くなる。

✓（9）田村（1986）は国際小売商業比較からみて規模の経済が生産性に差異を生むことを指摘している（41～47頁）。田村（1986）において、規模の経済と生産性との関係は、次の2点で整理することができる。第1に、商店規模格差（従業者数）によって、従業者一人当たりの販売額で測定された労働生産性が異なるという。すなわち、従業者数が多い規模階層は、従業者数が少ない規模階層に比べて労働生産性が高くなっていることである。第2に、売場面績規模格差によって1㎡当たりの販売額が異なるということを調べた。この分析の結果は、売場面績生産性については必ずしも規模格差が関係することはいえないことを示した。田村（1986）の規模格差と生産性との関係を検討することによる日本小売業構造の分析は、先駆的な研究である。この見解に従えば、労働生産性は大規模商店が高く、売場面績生産性は小規模商店が高いという結論に導かれる。つまり、商店の規模が大きくても、生産性が高いとはいえない。しかし、従業者規模格差によって労働生産性という商店経営成果が異なるという指摘は、商店規模によって商店の経済的報酬が異なることを意味する。もし、この論理が正しければ、商店規模が大きくなれば、事業継承意志が高くなる可能性は排除できないと考えられる。

（10）田村（1981）、192～195頁を参照すること。

3-5. 環境諸要因

商店経営者の事業継承意志の高揚は、現実的にいえば、商店の経営成果に強い影響を受けられる。鈴木（2001）は、個別商店の環境諸要因の悪化が経営の維持、あるいは継承に悪条件になるという（52 頁）。鈴木（2001）から小売商店を取り巻く環境諸要因は、立地条件、消費者の需要水準、小売の技術、競争構造という 4 点でまとめることができる。環境諸要因が個別商店に有利に働くにつれ、商店経営者の事業継承意志が高揚するという仮説である。ゆえに、環境諸要因について次のような仮説が導出される。

仮説 5-1：環境要因（立地条件、需要水準、情報化）が商店経営に対して有利に働くと認識するにつれ、商店経営者の事業継承意志が高くなる。

仮説 5-2：競争環境が厳しくなるにつれ、商店経営者の事業継承意志が低くなる。

4. 研究方法

本節は既に前節で述べた仮説を検証するための手続きについて詳述する。第 3 節での諸仮説には、それを構成する概念として、家族理念意識、職業満足意識、商店経営特性、環境諸要因、経営成果、そして事業継承意志であった。これらの概念は、日本と韓国の両国の商店経営者に送付した質問票の回答から測定されることになる。

4-1. 事業継承意識への規定要因開発

前節で述べた諸仮説には、それを構成する概念として家族理念意識、職業満足意識、商店経営特性、環境諸要因、経営成果、商店経営特性、事業継承意志

✓ (11) なぜならば、商店経営者の年間売上高を実際の数字で得ることが非常に難解な課題であるため、田村（1981）のいう売上高成長速度を商店経営者が認識する年間売上高の変動に差し替えた。

であった。詳しく上記の構成概念について述べていくことにしよう。

第1に、商店経営者の家族理念意識という概念を構成する指標の開発には石井（1996）の研究を参考にした。石井（1996）による家族財産意識、家業意識の定義に従い、まず「家族財産意識」は「財産は、家族の特定の誰かの所有物ではなく、家族全員の所有物だ」という意識の程度を測定する変数である。つぎに、「家業意識」は、「この小売業は、われわれ家族を経済的にも精神的にも支える家業だ」という意識の程度を測定する変数である。第2に、職業満足意識という概念は石井（1996）の研究を参考にした。「職業満足意識」は商業に携わることによって感じる誇りや、やりがいについての意識の程度を測定する変数である。第3に、環境諸要因については、環境要因と競争要因という2つの概念にわけて質問票に用いることになる。まず、環境要因を表わす変数として①立地条件、②消費需要、③情報化などの指標を用いている（野口 1987；鈴木 2001）。「環境要因」という変数は、商売を取り巻く立地条件、消費者の需要水準の変化、情報化がどの程度まで商売に影響しているかを測定する変数である。つぎに、競争要因という指標は、田村（1981）、野口（1987）、中野（1989）、鈴木（2001）の研究に基づいて質問項目として提示されている。「競争要因」という変数は、商店経営者が大型店、中堅スーパー、コンビニエンス・ストアとの競争構造をどのように認識しているかを測定する変数である。第4に、経営成果という概念は、田村（1981）、野口（1987）の研究を参考にし、売上高、客数、客単価、利潤という商店の経営動向を、商店経営者はどのように認識しているかを測定する変数である。第5に、商店経営特性を表す概念は、商店の歴史、家族要因（家族従業者、親子同居、職住一致）、商店の年間売上高規模である。商店経営特性を示す要因、つまり商店の歴史および家族要因（家族従業者、親子同居、職住一致）という概念の指標は石井（1996）の研究に基づいて開発した。なお、商店の年間売上高規模は、田村（1973）、石井（1981）に基づいて開発した。第6に、コントロール変数として、商店経営者の年齢、性別を採択している。

表2 概念の操作的定義

概念	指標	測定程度
家族理念意識	家族財産意識	5点尺度評価 1（弱）—5（強）
	家業意識	5点尺度評価 1（弱）—5（強）
職業満足意識	誇り	5点尺度評価 1（弱）—5（強）
	やりがい	5点尺度評価 1（弱）—5（強）
環境要因	需要水準	5点尺度評価 1（弱）—5（強）
	情報化	5点尺度評価 1（弱）—5（強）
	立地条件	5点尺度評価 1（弱）—5（強）
競争要因	大型小売店競争	5点尺度評価 1（弱）—5（強）
	新規小売店競争	5点尺度評価 1（弱）—5（強）
	無店舗小売店競争	5点尺度評価 1（弱）—5（強）
経営成果	売上高	5点尺度評価 1（弱）—5（強）
	客数	5点尺度評価 1（弱）—5（強）
	客単価	5点尺度評価 1（弱）—5（強）
	利益	5点尺度評価 1（弱）—5（強）
商店経営特性	営業年数	創業以来商店の営業年数（比例尺度）
	家族従業者数	店に従事する配偶者を除く家族従業者数（比例尺度）
	親子同居	商店経営者と子供との同居＝1、その他＝0
	職住一致	店と住居は同じ場所＝1、その他＝0
	年間売上高規模	年間売上高規模が3000万円以上＝1、その他＝0 ¹²
経営者個人属性	性別	商店経営者が女性＝1、男性＝0
	年齢	商店経営者の年齢（比例尺度）
事業継承意志	長男事業継承意志	5点尺度評価 1（弱）—5（強）
	家族事業継承意志	5点尺度評価 1（弱）—5（強）
	他人事業継承意志	5点尺度評価 1（弱）—5（強）

4-2. 調査概要および指標の操作化

まず日本については、2004年8月に、兵庫県神戸市の商店経営者に対して、「商店経営に関する調査」という調査票を送付した。また、この質問票は、代

(12) 商店経営特性として用いられる変数のなかで、年間売上高による商店規模階層の区分に注意を要する。すなわち、商店経営者は個々の商店の年間売上高という正確な数値を公表することを嫌がるため、年間売上高の実数の代わりに、各商店経営者に商店の年間売上高がどの規模階層に属しているかを記入してもらう方法を採用した。年間売上高による商店規模階層を区分する際に参考したのは、『商業統計表』（2004）である。

理人を通じて各商業集積の代表者の同意を得て、各商業集積の代表者に各商店経営者への資料の配布および回収によって行った。⁽¹³⁾後継者問題に関する先行研究をもとに抽出された質問票を構成し、調査票に含まれている質問の中で、商店経営特性と関連する指標以外は、すべて5点尺度で商店経営者の認知を問う形式になっている。回収した質問票のうち、記入ミスや不正回答を除く、回答に欠損のあるものを解析から除外したため、有効回答数は、383票（回収率76.6%）となった。

つぎに韓国については、日本と同時期である2004年8月に、釜山広域市の商店経営者に対しても、「商店経営に関する調査」という調査票を送付した。回収した質問票のうち、記入ミスや不正回答を除く、回答に欠損のあるものを解析から除外したため、有効回答数は、187票（回収率62.3%）となった。

なお、分析に用いた変数の記述統計および相関関係は表3、表4に示し、複数指標で構成される変数の内的一貫性（信頼性のデータ：Cronbachの α 係数）は表の注にまとめている。

5. 仮説検証

第4節にも記述したように、本節で検証すべき関係は、第1に、商人家族の理念が商店主の家族への事業継承意識に結びついているのか、第2に、商人という職業についての意識が、事業継承意識にどのような影響を与えるのか、第3に、商店の経営特性（家族要因、商店規模、営業年数）の違いによって、商店経営者の事業継承意志に違いがみられるのか、第4に、環境諸要因、経営成果要因が、商店主の事業継承意識にどのような影響を及ぼすのかである。以降に行われる仮説検証では、これらの仮説のいずれがもっとも現実的に有効性が高いかを検討するのが課題となる。

(13) 質問票は、まず、調査票の代理人が商店街や小売市場の代表者または実務責任者に手渡しでまとめて配布し、それを各商店主に配布・記入してもらった。各商店主に記入してもらった質問票は、数日後にその商店街や小売市場の代表者または実務責任者に回収してもらい、それを調査者または調査者の代理人がまとめて回収するという方法をとった。

表 3 変数の記述統計と相関（日本）

	平均	標準 偏差	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. 家業意識	4.33	0.89	—									
2. 家族財産	3.69	1.20	0.249c	—								
3. 職業満足意識	3.82	0.91	0.294c	0.076	—							
4. 需要水準	2.83	1.15	-0.063	0.069	0.108c	—						
5. 情報化	3.03	0.96	0.077	0.171c	0.197c	0.239c	—					
6. 立地水準	2.40	1.01	-0.040	-0.002	0.195c	0.196c	0.253c	—				
7. 競争要因	4.17	1.06	0.111	0.103	-0.009	0.087	0.119b	-0.012	—			
8. 経営成果	2.01	0.88	-0.042	-0.042	0.191c	0.190c	0.197c	0.230c	-0.159c	—		
9. 商店歴史	43.24	22.78	0.186c	0.142c	0.135c	0.078	0.081	0.040	0.085	-0.038	—	
10. 年齢	57.49	10.58	0.180c	0.115b	0.099	0.011	-0.039	-0.001	0.040	-0.076	0.210c	—
11. 家族従業者数	0.97	2.52	0.073	0.101	0.148c	0.075	0.144c	0.031	-0.007	0.064	0.101	-0.010

1) a は 10%以内での統計的有意性, b は 5%以内での統計的有意性, c は 1%以内での統計的有意性を示す。

2) 総標本数は 378 で, 変数ペアごとのサンプル数は異なる。

3) 複数指標で構成される概念である職業意識, 経営成果, 競争要因の信頼性のデータ (Cronbach の α 係数) は, それぞれ 0.843, 0.902, 0.851 であった。

表 4 変数の記述統計と相関（韓国）

	平均	標準 偏差	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. 家業意識	4.36	0.86	—									
2. 家族財産	4.18	1.00	0.157b	—								
3. 職業満足意識	3.60	1.13	0.207c	0.048	—							
4. 需要水準	4.15	1.00	0.160b	0.168b	0.208c	—						
5. 情報化	3.85	1.10	0.113	0.134	0.036	0.265c	—					
6. 立地水準	2.88	1.31	0.042	0.079	0.282c	0.065	0.172b	—				
7. 競争要因	3.95	0.80	0.087	-0.018	0.123	0.293c	0.328c	-0.038	—			
8. 経営成果	2.20	1.06	-0.186b	-0.052	0.232c	-0.079	-0.147c	0.164b	-0.042	—		
9. 商店歴史	9.81	7.87	0.109	0.049	0.094	0.007	-0.002	0.110	0.106	-0.076	—	
10. 年齢	45.27	8.57	0.148b	-0.084	-0.008	-0.123	-0.086	0.025	-0.080	0.025	0.368a	—
11. 家族従業者数	0.60	1.15	0.012	-0.034	-0.025	-0.080	-0.075	0.037	-0.095	0.093	0.046	-0.059

1) a は 10%以内での統計的有意性, b は 5%以内での統計的有意性, c は 1%以内での統計的有意性を示す。

2) 総標本数は 184 で, 変数ペアごとのサンプル数は異なる。

3) 複数指標で構成される概念である職業意識, 経営成果, 競争要因の信頼性のデータ (Cronbach の α 係数) は, それぞれ 0.866, 0.947, 0.688 であった。

5-1. 事業継承意志についての因果関係の分析

家族理念意識、環境諸要因（環境要因、競争要因）、経営成果、商店経営特性が事業継承意志にどのような因果関係を持っているのかについて検討するため、重回帰分析が採用される。重回帰分析のなかでは、以下のような従属変数および独立変数が用いられる。

第1に、従属変数については、今までの分析と同様に、商店経営者の事業継承意志（「長男」・「身内」・「他人」という変数を利用する。第2に、独立変数には、家族従業者数、親子同居、職住一致、年間売上高規模、創業以来の営業年数という商店経営特性に関連する変数に加えて、家族理念意識、職業満足意識、環境要因、競争要因、経営成果、年齢、そして性別が含まれる。特に、これらの変数のなかで、ダミー変数処理を行ったのは、親子同居、職住一致、年間売上高規模、性別である。第1に、親子同居では、親子の非同居の場合は0、親子の同居の場合は1で、第2に、職住一致では、商店と住居環境が分離している場合は0、商店と住居環境が一致している場合は1で、第3に、性別では、男性が0、女性が1で、最後に、年間売上高規模では、商店の年間売上高規模が3000万円未満は0で、3,000万円以上は1でダミー変数をつくり、独立変数として導入した。なお、家族従業者数、創業以来の営業年数、そして年齢は、質問票の回答をそのまま用いて変数の処理を行った。

重回帰分析の結果は、回帰係数、 t 値、統計的有意性という指標で要約され、表5、表6、表6に示されている。表5、表6、表7のような重回帰分析の結果から、いくつか注目すべき結果を指摘することができる。

まず、日本のサンプルについての結果である。

第1に、 R^{-2} （自由調整済み決定係数）の値が、「身内」継承のケースでは0.315と高くなっている。「長男」継承と「他人」継承のケースでは、それぞれ0.190、0.089となっている。

第2に、様々な変数のなかで、職業満足意識が「長男」・「身内」・「他人」への事業継承意識に共通的に正の影響を最も有力な変数である。

第3に、つぎに重要な影響力を与えているのは、家業意識である。「長男」・「身内」・「他人」のいずれのケースにも有効な変数になっている。すなわち、家業意識が高くなればなるほど商店経営者の事業継承意識が高くなるということが確認された。しかし、家族理念意識のもう一つの次元である家族財産意識は「他人」継承のケースのみににおいて、商店経営者の事業継承意志に正の影響を与えていることが確認された。

第4に、商店経営特性のなかでも、家族従業者数、創業以来の営業年数、売上高規模ダミーという変数が商店経営者の事業継承意志の高揚に及ぼす影響が大きい。「他人」継承を除いて、「長男」・「身内」への事業継承においては、これらの商店経営特性が有効になりうることをこの結果は示している。

第5に、その他の商店経営特性である職住一致ダミー変数や親子同居ダミー変数についてである。職住一致ダミー変数は「長男」を対象にした事業継承において正の影響を及ぼしていることが確認したが、親子同居ダミー変数はいずれのケースでも事業継承意志には統計的に有効な関係はなかった。

第6に、環境要因のなかで、競争要因は「長男」・「身内」の事業継承意識の高揚に、情報化は「家族」の事業継承意識の高揚に正の影響を与えているが、その他の環境要因である需要水準、立地条件は事業継承意識に正の影響を及ぼす因果関係は確認されなかった。

第7に、有力な決定要因として考慮された経営成果は事業継承意志に正の影響を与えるという根拠はみられなかった。

以上の日本のサンプルから得られた結果は、商店経営者の事業継承意志の高揚に影響を及ぼす要因として、家業意識、職業満足意識、商店経営特性（家族従業者数、創業以来の営業年数、年間売上高規模）、競争要因をあげることができることを示している。しかし、予想とは異なる結果として、職住一致、親子同居、環境要因（需要水準、立地条件）、経営成果といった変数が必ずしも商店経営者の事業継承意志の高揚に結びついているわけではないことが確認された。

つぎに、韓国のサンプルについての結果である。

第1に、 R^{-2} （自由調整済み決定係数）の値が、「身内」継承のケースでは0.104と高くなっている。「長男」継承と「他人」継承のケースでは、それぞれ0.031, 0.051となっている。

第2に、商人という職業に対する意識（誇りおよびやりがい）は、「他人」継承のケースを除いて、「長男」・「身内」継承のケースでは商店経営者の事業継承意志に正の影響を与える有力な変数になっている。すなわち、職業満足意識が高くなればなるほど商店経営者の事業継承意志は高くなることが確認された。

第3に、家業意識は、「長男」継承のケースを除いて、「身内」・「他人」継承のケースでは商店経営者の事業継承意志に正の影響を与える有力な変数になっている。すなわち、家業意識が高くなればなるほど商店経営者の事業継承意志は高くなることが確認された。しかし、家族財産意識は、長男継承を除く、「家族」・「他人」継承のケースにおいて、商店経営者の事業継承意志に正の影響を与えていることが確認された。

第4に、経営成果は、「他人」継承のケースのみににおいて、商店経営者の事業継承意志に正の影響を与えている変数であることが確認された。

第5に、商店経営特性のなかで、家族従業者数、創業以来の営業年数、職住一致、親子同居、年間売上高規模という変数は事業継承意志に影響を与えるとという統計的根拠は見つからなかった。

第6に、環境要因である需要水準、立地条件、情報化、そして競争要因が事業継承意志に直接的に影響を及ぼす因果関係は確認されなかった。

以上の韓国のサンプルの分析結果を要約すると、商店経営者の事業継承意志の高揚に影響を及ぼす要因として、家業意識、職業満足意識をあげることができる。しかし、家業意識、職業満足意識という変数を除く多くの変数が我々の予想とは異なって、商店経営者の事業継承意志の高揚に結びつくという因果関係の統計的根拠は見つからなかった。

表5 重回帰分析（長男継承）

	日本			韓国		
独立変数	回帰係数	t 値	有意水準	回帰係数	t 値	有意水準
家族従業者数	0.104	1.926	*			
創業年数	0.009	2.875	***			
家業意識	0.235	2.701	***			
家族財産意識						
職業満足意識	0.365	4.373	***	0.231	2.356	**
情報化						
立地条件						
需要水準						
競争要因	0.226	3.298	***			
経営成果						
性別						
年齢	0.098	1.808	*			
売上高規模ダミー	0.344	2.373	**			
親子同居ダミー						
職住一致ダミー	0.102	1.903	*			
$-2R$	0.190			0.031		
F 値	14.706			5.551		
標本数	293			141		

- 1) +, - の符号は影響の方向を示している。なお、スケールの方は調整を既に行い、符号はそのまま解釈してよいものになっている。
- 2) $-2R$ は、ステップワイズ回帰推定式のなかで最大の値を取り上げている。
- 3) (*) は10%以内での統計的有意性, (**) は5%以内での統計的有意性, (***) は1%以内での統計的有意性を示す。

表6 重回帰分析（身内継承）

独立変数	日本			韓国		
	回帰係数	t 値	有意水準	回帰係数	t 値	有意水準
家族従業者数	0.082	1.669	*			
創業年数	0.008	2.852	***			
家業意識	0.383	4.984	***	0.149	1.825	*
家族財産意識				0.153	1.920	*
職業満足意識	0.429	5.586	***	0.399	4.229	***
情報化	0.191	2.741	***			
立地条件						
需要水準						
競争要因	0.162	2.595	***			
経営成果						
性別	0.416	1.996	**			
年齢						
売上高規模ダミー	0.324	2.447	**			
親子同居ダミー						
職住一致ダミー						
\bar{R}^2	0.315			0.104		
F 値	20.765			17.885		
標本数	302			141		

- 1) +, -の符号は影響の方向を示している。なお、スケールの方は調整を既に行い、符号はそのまま解釈してよいものになっている。
- 2) \bar{R}^2 は、ステップワイズ回帰推定式のなかで最大の値を取り上げている。
- 3) (*)は10%以内での統計的有意性, (**)は5%以内での統計的有意性, (***)は1%以内での統計的有意性を示す。

表7 重回帰分析（他人継承）

	日本			韓国		
独立変数	回帰係数	t 値	有意水準	回帰係数	t 値	有意水準
家族従業者数						
創業年数						
家業意識	0.244	2.889	***	0.220	1.687	*
家族財産意識	0.171	2.628	***	0.197	1.765	*
職業満足意識	0.179	2.099	**			
情報化						
立地条件						
需要水準						
競争要因						
経営成果				0.215	2.146	**
性別	0.503	2.154	**			
年齢						
売上高規模ダミー						
親子同居ダミー						
職住一致ダミー						
$-2R^2$	0.089			0.051		
F 値	8.172			3.527		
標本数	296			141		

1) +, - の符号は影響の方向を示している。なお、スケールの方は調整を既に行い、符号はそのまま解釈してよいものになっている。

2) $-2R^2$ は、ステップワイズ回帰推定式のなかで最大の値を取り上げている。

3) (*) は 10% 以内での統計的有意性, (**) は 5% 以内での統計的有意性, (***) は 1% 以内での統計的有意性を示す。

6. ディスカッション

6-1. 理論的インプリケーション

本稿の日韓の小売業の事業継承に関する実証分析から得られた理論的貢献は、次の5点に集約することができる。

第1に、柳（2006）に提示した事業継承者の候補軍を「身内」に限定した実証分析モデルから、「長男」、「他人」という事業継承者の候補軍まで拡張したことである。

第2に、柳（2006）の枠組みを超えて、実証分析範囲を日本と韓国の商業経営者を対象に広げたことである。

第3に、石井（1996）に基づき、商人家族における家族理念と事業継承意志の関係を明らかにしたことである。すなわち、石井（1996）に基づいて開発された家族財産意識および家業意識という概念が、日本のみならず韓国においても商店経営者の事業継承意志を規定する重要な一つの要因であることが確認された。

第4に、消費社会の到来により、個々の商店における家族という労働資源の枯渇を招いたという石井（1996）の「家商分離」の現象が事業継承意志にどのような影響を与えるのかを検討した。「家商分離」の現象に関わる要因は、とりわけ、日本のサンプルのみに有効であったことは看過してはならない。

第5に、商店経営者の職業満足意識が事業継承意志に及ぼす影響を解明した点である。石井（1996）、崔・柳（2006）、柳・崔（2007）の日韓の定性調査によって解明された職業満足意識が事業継承意志の高揚に寄与することが確認された。

6-2. 実践的インプリケーション

本稿の日韓の小売業の事業継承意識に関する実証分析から読み取ることができる実践的含意は以下の5点である。

第1に、「身内」に限ってみられる事業継承を誘引する決定要因を峻別する

ことに留まらず、「長男」、「他人」という事業継承者の候補軍においても、事業継承を誘引する決定要因を明らかにしたことである。

第2に、事業継承意志の高揚に関する日韓両国の実証分析を行うことにより、日本の因果分析の結果をより相対化することができた。

第3に、商店経営者の家族理念意識が、とりわけ、家業意識が個々の商店もしくは日本の中小小売業の再生産を支えたということが分かった。

第4に、現代の社会における消費化の到来は、商人家族に「家商分離」をもたらした。この「家商分離」の現象と、家族労働力の不足や、「後継者難」と密接な関連性があることがわかった。

第5に、職業満足意識がもつ実践的意味である。商人がもつ商売に対する誇りや、遣り甲斐は彼自身の子供に小売業の商売という職業を継がせることを考慮する際に、重要な事項になる。本稿でみたとおりに、韓国の実証分析モデルでは、数回の韓国現地の定量調査の結果をベースに得られた職業満足意識という変数の発見は大きい。

6-3. 限界と今後の課題

これまでの本稿の議論は、商人家族の内部要因と商店を取り巻く環境諸要因が、商店経営者の事業継承意志にどのような影響を与えるのかを中心に行われた。以下では、本稿が提示した事業継承モデルの限界について述べていきたい。

第1に、外的妥当性に関する問題として、サンプルの代表性の問題である。時間・空間・費用的限界から起因する問題として、日本は神戸市、韓国は釜山市の近隣商店街に属した商店経営者に限定して事業継承意志に関する調査を行ったことを言わざるを得ない。この点を持って、日韓の小売業の商店経営特性および事業継承意志に関する一般について論じることは慎重な判断が要する。

第2に、内的妥当性に関する問題として、「家業意識」の定義についてである。質問票に用いた「家業意識」の定義とは「商店経営は、わが家族を経済的にも

精神的にも支える家業である」で、ワーディングの問題が発生している。家業意識を「家族を経済的にも精神的にも支える家業」として一元化で捉えようとしたのだが、そこで問題が潜んでいることである。

第3に、本稿の射程が商店経営者の事業継承意志を問う際に、いくつかの重要な側面（商店の所有関係、商店経営者の家商分離意識）を捉えていないことでことである。

つぎに、本稿で提示した分析枠組の限界から生じる今後の課題を述べていきたい。

第1に、柳（2006）に引き続き、本稿の調査対象を商店経営者に限定されている点である。商店の跡継ぎとなる商人家族を対象に、商店の跡継ぎになりたい意志にはどのような因果あるのかについて検討する必要があるが、いまだに残っている。

第2に、今回の分析では、2カ国の事業継承に関する因果分析に留めているのだが、石井・高室・柳・横山（2007）が提示したように、多様な商業の中核概念（投資、家業）を用いて、東アジア諸国を対象にした事業継承研究を進める必要がある。

第3に、「家業意識」の概念上の問題を明確にするため、家業概念を「生業型家業」と「世襲型家業」の2つに分け、事業継承との関連性を精緻化することを今後の課題としたい。

参考文献

- Davis, P. S., & Harveston, P. D. (1998). The Influence of the Family on the Family Business Succession Process: A Multi-Generational Perspective. *Entrepreneurship Theory and Practices*, Spring, 31-53
- 荒川祐吉（1962）『小売商業構造論』、千倉書房。
- 石井淳蔵（1996）『商人家族と市場社会—もうひとつの消費社会論』有斐閣。
- 石井淳蔵・高室裕史・柳到亨・横山斉理（2007）「小売商業における家業継承概念の再検討」、『国民経済雑誌』、第195巻第3号、17-31頁。
- 糸園辰雄（1975）『日本中小商業の構造』ミネルヴァ書房。

- 上野千鶴子 (1994) 『近代家族の成立と終焉』 岩波書店。
- 加藤司 (2008) 「日本の商業における事業継承の特殊性」『経営研究』, 第 58 巻第 4 号, 127-143 頁。
- 河村雷雨 (1988) 『現代社会学序説』 嵯峨野書院。
- 佐藤 香 (2004) 『社会移動の歴史社会学—生業 / 職業 / 学校—』 東洋館出版社。
- 杉岡直人 (1994) 「家族経営の变革と継承」 日本村落研究学会 『家族農業家業経営の变革と継承』 農山漁村文化協会。
- 鈴木安昭 (1999) 『新・流通と商業』 有斐閣。
- 鈴木安昭 (2001) 『日本の商業問題』 有斐閣。
- 高嶋克義 (2002) 『現代商業学』 有斐閣。
- 田村政紀 (1973) 「都市圏小売システム」『国民経済雑誌』 第 128 巻第 1 号。
- 田村正紀 (1981) 『大型店問題』 千倉書房。
- 田村正紀 (1986) 『日本型流通システム』 千倉書房。
- 崔相鐵・柳到亨 (2006) 「韓国の商業関作の展開と商人家族継承」『流通科学大学論集—流通・経営編—』 第 19 巻第 1 号, 93-106 頁。
- 坪内玲子 (2001) 『継承の人口社会学—誰が「家」を継いだか—』 ミネルヴァ書房。
- 中根千枝 (1967) 『タテ社会の人間関係』 講談社。
- 中野 卓 (1978) 『商家同族団の研究』 未来社。
- 中野 卓 (2003) 「商業経営の主体—商家とその同族組織—」 永原和子編著 『家業と役割』 吉川弘文館。
- 中野 安 (1989) 「1980 年代日本の小売業」 糸園辰雄編著 『現代資本主義と流通』 ミネルヴァ書房。
- 永原和子・義江明子 (2003) 『相続と財産』 吉川弘文館。
- 野口智雄 (1987) 『現代小売流通の諸側面』 千倉書房。
- 林 周二 (1962) 『流通革命』 中公新書。
- 三戸 公 (1983) 「日本的経営と「家」」『組織科学』 Vol17, No.1。
- 牟田和恵 (1996) 『戦略としての家族—近代日本の国民国家形成と女性—』 新曜社。
- 森岡清美・望月崇 (1983) 『新しい社会学』 培風館。
- 安岡重明 (1998) 『近世商家の経営理念・制度・雇用』 晃洋書房。
- 山田昌弘 (1994) 『近代家族のゆくえ』 新曜社。
- 横山斉理・石井淳蔵・高室裕史・柳到亨 (2008) 「東アジアにおける家族従業経営に関する国際比較調査の概要」 神戸大学大学院経営学研究科 Discussion Paper, 2008-14。
- 横山斉理・柳到亨 (2008) 「東アジアの商業における事業継承の実態に関する比較調査」 流通科学大学リサーチレター No.5。
- 横山斉理・柳到亨 (2009) 「変容する日本の商人家族—東アジアにおける事業継承の国際比較から—」 日本政策金融公庫 『調査月報』 No.4, 14-21 頁。
- 米村千代 (1996) 「経営体としての家族」『〈家族〉の社会学』 岩波書房。

米村千代 (1999) 『「家」の存続戦略』 勁草書房。

柳到亨 (2006) 「事業継承意志の高揚に関する決定要因の分析」『国民経済雑誌』 第194巻第5号 91-113頁。

柳到亨 (2007) 「小売商業の事業継承における家族理念意識の影響に関する実証分析」『流通研究』 第10巻第1号, 1-16頁。

柳到亨・崔相鐵 (2007) 「韓国小売商人の事業継承意識に関する一考察」『流通科学大学論集－流通・経営編－』 第20巻第1号, 55-66頁。

柳到亨・横山斉理 (2009a) 「商店経営者の「家業意識」に関する実証分析」『流通研究』 第11巻第3号, 37-54頁。

柳到亨・横山斉理 (2009b) 「地域密着型小売商における事業継承の実態の日韓比較調査」『和歌山大学経済学会経済理論』 第352号, 65-84頁。